أعمال الملتقى الوطني الموسوم ب: دور الرقمنة في الجودة في التعليم العالي، كلية الحقوق-جامعة الجزائر1، يوم 1 مارس 2020، المنظم من طرف خلية ضمان الجودة لكلية الحقوق-جامعة الجزائر1

استراتيجيات تثمين البحث العلمي في الفضاء الرّقمي

Strategies for valuation scientific research in the digital space

الباحث(ة)/بن بوزيد هجيرة

جامعة الجزائر 02

hadjirabenbouzid@gmail.com

تاريخ الارسال:2020/03/15 تاريخ القبول:2020/03/17 تاريخ النشر : 2020/04/10

الملخص:

تساهم التكنولوجيات الحديثة للاتصال العلمي وبمختلف أنواعها في تثمين مخرجات البحث العلمي، خاصة مع تطور تكنولوجيا الاعلام والاتصال التّي أتاحت عدّة قنوات للباحثين لتثمين بحوثهم، والتعريف بمنشوراتهم، والمشاركة في المناقشات مع أقرانهم ذوي نفس الاختصاص، مما يسمح بجلب الاهتمام نحو الإنتاج العلمي للباحث، وبالتّالي سيزيد من الاعتراف به وتزداد فرص الاستشهاد به كما يسمح له بتحقيق الشراكة مع باحثين آخرين. من بين أهمّ هذه فضاءات الرّقمية لتثمين البحث العلمي شبكات التواصل الاجتماعي الأكاديمية والباحث العلمي **Google scholar.**

الكلمات المفتاحية: تثمين البحث العلمي، شبكات التواصل الاجتماعي الأكاديمية، الباحث العلمي Google scholar.

Abstract:

The wide spread and rapid development of scientific communication technology of various kinds contributes effectively to the valuation of scientific research outputs through several channels and helps researchers to value their research, publicize their publications, and participate in discussions with their peers with the same specialty. This feature allows attention to be brought on the researcher's scientific production, hence the increase of both the recognition and the chances of citing it, and allows him to achieve partnership with other researchers. Among the most important of these digital platforms to value scientific research is the social scholarly networks Google scholar..

Keywords :

Valuation of scientific research, Academic social networks, Google scholar

مقدمة:

بدأت الشبكة الإلكترونية " الانترنت " مع بداية القرن الحادي والعشرين، فشهدت انتشارا واسعا، وراجت مواقع الانترنت التي تقوم على تزويد مستخدميها بما يبحثون عنه من محتويات، فأحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة في عالم الاتصال نقلة نوعية وثورة حقيقية مما جعل أفراد المجتمع يعيشون في ظل عالم تقني ومجتمع افتراضي سيطر على أكثر اهتماماتهم. لم يكن الأكاديميون بمعزل عن هذه التّطورات، حيث اجتمعت عدّة عوامل لتكوين توقعات جديدة في الأوساط الأكاديمية من أجل نشر وتبادل البحوث العلمية، فبدأ الكثير من أعضاء هيئة التدريس والباحثين في الجامعات العربية والعالمية باستغلال الفضاءات الرّقمية كوسيلة لتثمين الإنتاج الفكري الأكاديمي، إذ بتنوع أساليب الاتصال نتج عنه تنوع في مصادر المعلومات، فلم تكتف المعارف بأخذ الشكل المطبوع، وإنما أصبحت تتاح في إطار إلكتروني على شكل بنوك المعلومات، والأرشيف المفتوح، كما أنها لم تأخذ الشكل المنشور دائما، وإنما نسبة كبيرة من الأدبيات تأخذ الشكل غير المنشور وتتناقل بطريقة غير رسمية، ممّا دفع بالباحث إلى اتباع أنماط جديدة في البحث والاتصال مع اللّجوء إلى البيئة الالكترونية لتثمين بحوثهم.

المبحث الأول: تثمين البحث العلمي

المطلب الأول: البحث العلمي

إنّ البحث العلمي له أهمية كبيرة فهو نافذة البشرية إلى التّقدم الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي. يعدّ البحث العلمي في أيّ علم من العلوم عملية مستمرة وتيارا متدفقا من العمل العلمي المنظم، ويستند على قواعد علمية تتسمّ بالدّقة والمرونة والموضوعية، كمّا أنّه نشاط فكري منظم وموثق ومصاغ في مجموعة من الخطوات التّي يتبعها الباحث العلمي باستخدام المنهج العلمي للوصول إلى معرفة جديدة أو مضافة أو وضع تصورات لحلّ المشكلات البحثية والمجتمعية.[1]

يساهم البحث العلمي في توسيع الدّائرة المعرفية للأفراد وفق طرق مضبوطة، يهدف للتّعرف على واقع وحقيقة الأشياء والظّواهر.

المطلب الثاني: التّثمين في مجال البحث العلمي

يعرف تثمين نتائج البحث على أنه " صيرورة تحويل المعارف الأساسية إلى منتجات أو خدمات ذات أهداف ربحية، ويتحقق عن طريق الشراكة بين البحث الممول من طرف الدولة وبين المؤسسات"[2]. كمّا تستعمل كلمة "تثمين" عند إعطاء قيمة للمعارف المنتجة من قبل الباحثين، من أجل جعلها في متناول

---

[1] حسين محمد جواد الجبوري، منهجية البحث العلمي مدخل لبناء المهارات البحثية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص.39.

[2] فاطمة شباب، إشكالية تثمين الأدب الرّمادي في الجزائر: الحضور كمفهوم وأداة للتقييم ومخابر بحث "علم المواد" كعينة للدراسة، (أطروحة دكتوراه)، علم المكتبات، جامعة الجزائر 02، 2014، ص.38.

جمهور مستهدف، وذلك بجعله عمليا (قيمة الاستعمال) أو جعل المعارف، المهارات ونتائج البحث قابلة للتسويق (قيمة تبادلية).[1]

فتثـمـين البحـوث هـو:

- ربط عالم البحث بالعالم السوسيو–اقتصادي.
- إعطاء قيمة لنتائج البحوث.
- توفير نتائج البحث للمؤسسة التي ساهمت في تمويل هذه البحوث.

فالتثمين يشمل كل الأنشطة التي تؤدي إلى تطوير نتائج البحث وإعطائها قيمة، بدءا بتشكيل فريق بحث إلى غاية التحول والوصول إلى تكنولوجيا أو معرفة.

المطلب الثّالث: أهداف التّثمين

تتمثل أهداف تثمين نتائج البحوث فيمايلي:

- التعرف على الباحث من طرف أقرانه، والاستجابة لأهم المهمَات التي تسعى إليها الجامعات وهي تثمين نتائج الأبحاث.
- ضمان ومراقبة الحماية الفكرية.
- تشجيع الأبحاث والابتكار في مختلف الميادين العلمية.[2]
- دعم التنمية الاقتصادية وخلق شركات ابتكار.
- تطوير التعاون بين مخابر البحث والشركاء العموميين والخواص.
- المشاركة في تحويل وتطوير المحيط السوسيو اقتصادي.[3]
- التعريف والتعارف: يسمح التثمين بالاستجابة لتطلعات المجتمع ومهمة الجامعة مع التعزيز والاعتراف بالأبحاث المنجزة.
- كسب موارد مالية إضافية.[4]

[1]Université de Montotréal. La Valorisation, 2014, [Consulté en Décembre 2018].Disponible à l'adresse http:// www.recherche.umontreal.ca/valorisation-de-la-recherche/la-/valorisation http://www.recherche.umontreal.ca/valorisation-de-la-recherche/la-/valorisation

[2]Université Hassan II, 2015, Valorisation de la recherche scientifique, [Consulté en Avril 2019].Disponible à l'adresse http://www.univh2m.ac.ma/index.php?option=com_content&view=article&id=240&Itemid=18

[3]Université de Liège, Commission de la valorisation des résultats de recherche, Valorisation de la recherche universitaire, [Consulté en Avril 2016].Disponible à l'adresse http:// www.ulg.ac.be/cms/c_20535/fr/valorisation-de-la-recherche-universitaire h://www.ulg.ac.be/cms/c_20535/fr/valorisation-de-la-recherche-universitaire

[4]Université de Strasbourg, Service de valorisation. Guide des bonnes pratiques de valorisation, *[*Consulté en Avril 2018*]*.Disponible à l'adressehttps://lactu.unistra.fr/fileadmin/upload/L_Actu/L_Actu_N__20/Universite_en_action/Guide_valorisation_01_2010.pdf

المبحث الثّاني: فضاءات التّثمين في البيئة الالكترونية

المطلب الأول: فضاءات التّثمين

نتيجة حركة النّشر العلمي وازدياد الإنتاج الفكري العلمي على المستوى العالمي، مكّن الباحث من تحقيق مرئيته بسهولة في شبكة الانترنت، حيث توفر هذه الآخيرة عدّة فضاءات لتثمين نتائج البحوث العلمية نذكر منها:

- قواعد البيانات الدولية (تحصر الدوريات، أعمال الملتقيات، الكتب...)
- بوابات حصر الإنتاج العلمي (تجارية ومجانية)
- سجلات دوريات الوصول الحر
- مواقع ويب مخابر البحث
- محرك البحث المتخصص في مجال البحث العلمي Google scholar
- مستودعات الأرشفة الذاتية
- مواقع الويب الشخصية للباحثين
- شبكات التواصل الاجتماعي العلمية.

إذن من من جملة هذه الفضاءات التيّ يمكن استغلالها من طرف الباحثين، يتبين لنا أنّ هناك فضاءات لا يتحكم فيها الباحث كقواعد البيانات الدّولية وبوابات حصر الإنتاج العلمي، التي تسير من طرف مؤسسات تجارية، وهناك فضاءات رقمية يتحكم فيها الباحث من أجل نشر بحوثه وتثمينها، حيث يمكن لكلّ له إنشاء موقع ويب شخصي خاص به، إنشاء حساب على شبكات التّواصل الاجتماعي العلمي ومحرك الباحث العلمي Google scholar.

المطلب الثاني: تعزيز وجود الباحث على الانترنت وتأسيس هوية رقمية

يستطيع الباحث تعزيز وجوده على الشبكة العنكبوتية العالمية باستخدام عدّة طرق منها: [1]

- إنشاء حساب ORCID:*Open Researcher and Contributor ID*

  يمكن للباحث طلب رقم هوية الباحثين والمشاركين المتاح للجمهور (المعروف اختصارا باسم ORCID). إنه مصمم لمواجهة تحدي التمييز بين أسماء المؤلفين، والتحكم في حساب ORCID الشخصي قد يكون بمثابة سيرة ذاتية على الانترنت تتضمن جميع نتائج أبحاث الباحث وانتماءاته، وقد يكون بمنزلة الرباط الذي يجمع خدمات أبحاثه.

- استخدام صفحة أعضاء التدريس بالمؤسسة مقر عمل الباحث، لأن هذه تظهر عادة في مقدمة نتائج البحث، مع إمكانية إنشاء صفحة ويب شخصية أيضا.

---

[1] كيف تصل أبحاثك إلى أعرض جمهور. 2015 [تاريخ الاطلاع مارس 2018] متاح على الخط في http:// www.scidev.net/mena/communication/practical-guide/altmetrics-audience-connect-research-3.html

- الكتابة في المدونات الأكاديمية، التي تعتبر مكان استطلاع الأفكار وتبادل الآراء حول مجال عمل الباحث والترويج له، ومن منصات التدوين نذكر على سبيل المثال Wordpresse.com
- إنشاء اسم نطاق شخصي: يمكن للباحث عند إنشاءه لموقع شخصي خاص به أو مدونة شخصية، أن يشتري اسم نطاق يتضمن اسمه وتسجيله (على سبيل المثال اسم الباحث.com).

ولتكوين هوية رقمية أكاديمية يجب على الباحث اتباع الخطوات التّالية:[1]

1. تحديد الكلمات المفتاحية الخاصة بمجال اهتمامه العلمي.
2. ملء الهوية بالبيانات الخاصة بالباحث (الصورة ، العنوان الالكتروني المهني أو أي تواجد رقمي له ، ميادين و مواضيع البحث ، الكفاءات ، مجال اهتماماته العلمي ..الخ).
3. تثمين إنتاجه الفكري أينما كانت جهة النشر أو شكل المنشور (مقالات، بيانات خام ، مداخلات......الخ) اذ لا يشترط أن تكون فقط مقالات منشورة في دوريات علمية معترف بها.
4. الاعلام عند نشر أي وثيقة جديدة.

المبحث الثّالث: نماذج عن فضاءات التّثمين

المطلب الأول: الباحث العلمي Google scholar

يعتبر الباحث العلمي Google scholar محرك بحث مجاني مرتبط بالدّراسات العلمية الأكاديمية، يتضمن العديد من مصادر المعلومات كالمقالات، الكتب، الأطروحات، الملخصات...إلخ، يساعد الباحث في الحصول على المصادر ذات الصّلة بمجال تخصصه، إضافة إلى بيان تأثير المنشورات العلمية للباحث قياسا على درجة الاقتباس والاستشهاد بنصوصها.


صورة رقم 01: الصفحة الرّئيسية لمحرك الباحث العلمي Google scholar



[1] Moreau, Yves. 2015.” Réseaux sociaux académiques : visibilité et partage “[Consulté en Mars 2018]. Disponible à l'adresse http:// moreauyves.wordpress.com/2015/11/25/reseaux-sociaux-academiques-visibilite-et-partage/

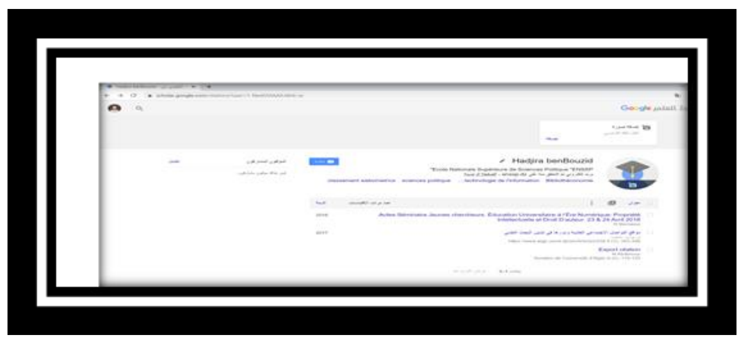
يمكن التّسجيل في موقع الباحث العلمي عن طريق الرّابط https://scholar.google.fr، على أن يكون للباحث حساب بريد إلكتروني مهني على مستوى المؤسسة الأكاديمية المنتسب إليها، وحساب بريد إلكتروني على مستوى Gmail، مع اتباع مراحل التّسجيل، كما هو مبين في الصّورة التّالية:

صورة رقم 02: كيفية إنشاء حساب في موقع الباحث العلمي Google scholar

Name
First
Last
Choose your username
@gmail.com
I prefer to use my current email address
Create a password
Confirm your password
Birthday
Month
Day
Year
Gender
I am...
Mobile phone
+213
Your current email address

يمكن للباحث بعد عملية إنشاء الحساب إدخال جميع المنشورات العلمية الخاصة به بالنّص الكامل أو الملخص فقط، كمّا هو مبين أدناه:

صورة رقم 03: حساب لباحث في موقع الباحث العلمي Google scholar



المطلب الثاني: شبكات التّواصل الاجتماعي الأكاديمية

إنّ نشأة شبكات التواصل الاجتماعي الأكاديمية كان نتيجة الإحباط الذي يواجهه الباحثين في حياتهم المهنية بسبب الصعوبات والعراقيل لنشر أبحاثهم. كانت الفكرة المبدئية لهذه المواقع هي وضع إشارات مرجعية ووضع الباحثين داخل الشبكة وبالتالي فك القيود التي تعيقهم في نشر إنتاجهم العلمي وإزالة الحواجز الكائنة مع دور النشر. إنّ الهدف الأساسي المرجو من هذه الخطوات هو فرض وجودهم أمام

الناشرين والمؤسسات العلمية بغرض الرواج لبيع المحتويات النصية التي تمّ تنزيلها من قبل المستخدمين في المواقع، في حين قد يفضل البعض الآخر بيع أعماله لدور النشر والمؤسسات العلمية.[1]

فشبكات التواصل الاجتماعي العلمية هي شبكات متخصصة لتبادل وتقاسم الإنتاج الفكري والعلمي للباحثين والأكاديميين، بهدف خلق التعاون والتشارك فيما بينهم وتثمين البحث العلمي.

لشبكات التواصل الاجتماعي الأكاديمية الكثير من الاستخدامات نذكر منها[2] :

1. إيجاد الباحثين والمختصين.
2. البحث عن المقالات.
3. تثمين البحث العلمي.
4. تسيير وتقاسم المعطيات الببليوغرافية.
5. التواصل داخل مجموعات.
6. التشارك في الأعمال من خلال عقد علاقات مع باحثين أجانب ينتمون لنفس الميدان.
7. تقاسم المعلومات العلمية.
8. اقتراح الشراكات والمشاركة في الأعمال التعاونية.

من أهمّ شبكات التواصل الاجتماعي الأكاديمية المستغلة من طرف الباحثين:

❖ **موقع Research Gate**

يحتل موقع **ResearchGate** المرتبة الأولى من حيث الاستخدام، يوفر الموقع خدمة البحث الدلالي في محتوى قاعدة بيانات ببليوغرافية ثرية من حيث المضمون ويغطي العديد من الميادين. يسمح الموقع بتبادل الخبرات والمحاضرات الافتراضية، هذه الخاصية تشجع من إقبال الباحثين على استخدام الموقع.

البطاقة التقنية للموقع

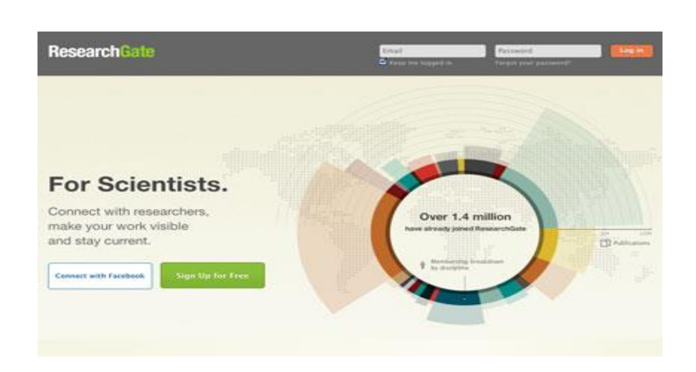
- **شارة الموقع:**

R^G

[1]Moreau Yves, 2015, *Réseaux sociaux académiques : visibilité et partage*, [Consulté en Janvier 2018] Disponible à l'adressehttps://moreauyves.wordpress.com/2015/11/25/reseaux-sociaux-academiques-visibilite-et-partage/

[2] Bouchard Aline, 2015, Academia, ResearchGate : atouts et enjeux des réseaux sociaux académiques, Urfist, [Consulté Mars 2018] Disponible à l'adresse http://urfist.enc.sorbonne.fr/ressources/edition-scientifique/academia-researchgate%E2%80%A6-atouts-et-enjeux-des-reseaux-sociaux-academique

- **عنوان الموقع**: https://www.researchgate.net
- **صفحة الدخول للموقع :**



- **تاريخ الإنشاء**:23 ماي 2008
- **عدد المسجلين**: أكثر من 15 مليون مسجل سنة 2019
- **اللغة:** انجليزية
- **التخصص:** متعدد التخصصات
- **الخدمات:**
  - التواصل مع الباحثين.
  - تقاسم المنشورات العلمية.
  - الأسئلة والأجوبة.
  - الإحصائيات للقراءات والاستشهادات.

- **التواجد في مواقع التواصل:**



https://www.facebook.com/ResearchGate/



https://mobile.twitter.com/ResearchGate



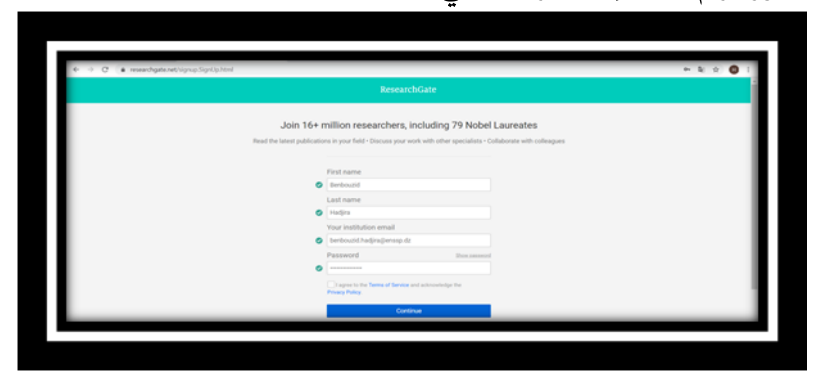
http://www.viadeo.com/fr/search#/?q=researchgate



https://www.linkedin.com/company/researchgate

لإنشاء رصيد في موقع https://www.researchgate.net يشترط استخدام عنوان الكتروني مهني يحمل اسم النطاق للبلد الذي ينتمي إليه الباحث ..@..dz ثم إدخال البيانات الشخصية المتمثلة في الاسم واللقب، مؤسسة الانتساب والقسم، والبريد الإلكتروني المرتبط بمؤسسة الانتساب و كلمة المرور، كما توضحه الصورة:

صورة رقم 04: إنشاء رصيد في ResearchGate



❖ موقع **Academia.edu**

غالبا ما يوصف موقع التواصل أكاديميا بفيسوك الباحثين وهو شبكة تواصل متاحة للجامعيين أسست من طرف الباحث الامريكي ريتشرد بريس RICHARD Price، الواجهة المخصصة للبحث في هوية الباحثين تأتي في شكل تفرعي شجري. يشجع الموقع الباحثين على تقاسم أبحاثهم.

<u>البطاقة التقنية للموقع</u>

- **شارة الموقع:**



- **عنوان الموقع:** ***https://www.academia.edu/***
- **صفحة الدخول للموقع:**

- **تاريخ الإنشاء**:2008
- **عدد المسجلين**: 117 مليون مسجل سنة 2019
- **اللغة:** الانجليزية
- **التخصص: متعدد** التخصصات
- **الخدمات:**
  - التواصل
  - المحادثة
  - تشارك وتبادل الابحاث
- **التواجد في مواقع التواصل:**



https://www.facebook.com/academia.education/?fref=ts



https://mobile.twitter.com/academia

غير موجود



https://www.linkedin.com/company/academia-edu

لإنشاء رصيد في https://www.academia.edu لدينا ثلاث خيارات:

- ✓ استخدام رصيد Facebook.
- ✓ استخدام رصيد Google+.
- ✓ إنشاء رصيد.

صورة رقم 05: إنشاء رصيد في **Academia.edu**



خاتمة:

إن البحث العلمي اليوم يسعى إلى تغيير المنظور الكلاسيكي الضيق ويتوق إلى الانفتاح والتحرر من القيود المطبّقة عليه والتي تجعله حبيسا لفئة معينة من ذوي الامتيازات. لتحقيق هذا المبتغى استغلت فئة من الباحثين الذين يؤمنون بفكرة العلم المتاح «open science» هذه الفضاءات لتتخذها منبرا لنشر الإنتاج العلمي والفكري بهدف بثه في أوسع نطاق. حيث تساعد هذه المواقع بتكشيف الباحثين في محرّكات البحث مما يعزّز حظوظهم في لفت انتباه شركات التوظيف و مراكز البحث، كمّا أصبحت هاته الأخيرة تستخدم كمعايير لتصنيف الجامعات العالمية.

قائمة المراجع:

أ-الكتب:

1- حسين محمد جواد الجبوري، منهجية البحث العلمي مدخل لبناء المهارات البحثية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011

ب-الرسائل الجامعية:

1- فاطمة شباب، إشكالية تثمين الأدب الرّمادي في الجزائر: الحضور كمفهوم وأداة للتقييم ومخابر بحث "علم المواد" كعينة للدراسة، (أطروحة دكتوراه)، علم المكتبات، جامعة الجزائر 02، 2014

د-المقالات في المجلات:

1- اسم ولقب المؤلف(المؤلفين)، "**عنوان المقال**"، المجلة، الجهة المصدرة، البلد، المجلد، العدد، السنة، الصفحة من بداية إلى نهاية المقال(ص-ص).

ج-المقالات على مواقع الانترنت:

1- Université de Montotréal. “La Valorisation”, 2014 *[*en ligne*]*. *[*Consulté en Avril 2016*]*.Disponible à l’adresse http:// www.recherche.umontreal.ca/valorisation-de-la-recherche/la-/valorisation
2- Université Hassan II, 2015, “Valorisation de la recherche scientifique”, [Consulté en Avril 2019].Disponible à l’adresse http://www.univh2m.ac.ma/index.php?option=com_content&view=article&id=240&Itemid=18
3- Université de Liège, “Commission de la valorisation des résultats de recherche, Valorisation de la recherche universitaire”, [Consulté en Avril 2016].Disponible à l’adresse http:// www.ulg.ac.be/cms/c_20535/fr/valorisation-de-la-recherche-universitaire
4- Université de Strasbourg, Service de valorisation. “Guide des bonnes pratiques de valorisation”, *[*Consulté en Avril 2018*]*.Disponible à

l'adressehttps://lactu.unistra.fr/fileadmin/upload/L_Actu/L_Actu_N__20/Universite_en_action/Guide_valorisation_01_2010.pdf

5- Moreau Yves, 2015, "*Réseaux sociaux académiques : visibilité et partage*", [Consulté en Janvier 2018] Disponible à l'adressehttps://moreauyves.wordpress.com/2015/11/25/reseaux-sociaux-academiques-visibilite-et-partage/

6- Bouchard Aline, 2015, "Academia, ResearchGate : atouts et enjeux des réseaux sociaux académiques", Urfist, [Consulté Mars 2018] Disponible à l'adresse http://urfist.enc.sorbonne.fr/ressources/edition-scientifique/academia-researchgate%E2%80%A6-atouts-et-enjeux-des-reseaux-sociaux-academique

7- Moreau, Yves. 2015." Réseaux sociaux académiques: visibilité et partage "[Consulté en Mars 2018]. Disponible à l'adresse http:// moreauyves.wordpress.com/2015/11/25/reseaux-sociaux-academiques-visibilite-et-partage/

8- كيف تصل أبحاثك إلى أعرض جمهور. 2015 [تاريخ الاطلاع مارس 2018] متاح على الخط في http:// www.scidev.net/mena/communication/practical-guide/altmetrics-audience-connect-research-3.html